从“下里巴人”的历史典故观察音乐作品、音乐受众与音乐流行强度的关系

杨浩然
(北京师范大学，北京 100875)

【摘要】战国时代流传于巴、楚交汇之地的“下里巴人”的历史典故，以其浅显易懂的事例，揭示了音乐作品、音乐受众与音乐流行强度的关系。本文借助商品经济的价值规律试论音乐作品、音乐受众与音乐流行强度的关系，同时强调音乐作品的社会属性。

【关键词】下里巴人；音乐受众；流行强度；关系；分析

一、历史典故“下里巴人”的回顾简析

关于“下里巴人”的记载始见于《楚辞》中的《宋玉答楚王问》，其中有：“王问于宋玉曰：先生其有遗行与？何士民众庶不能之甚也？宋玉对曰：唯。然。有之。愿大王宽其罪，使得毕其辞。客有歌于郢中者，其始曰《下里》《巴人》，国中属而和者数千人。其为《阳阿》《薤露》，国中属而和者数百人；其为《阳春》《白雪》，国中属而和者不过数十人。引商刻羽，杂以流徵，国中属而和者，不过数人而已。宋玉的结论是，是其曲弥高，其和弥寡。”这个历史典故的含义是：楚襄王问宋玉说：先生也许有不检点的行为吧？为什么士人百姓都那么不称赞你呢？宋玉回答说：是的，是这样，有这种情况。希望大王宽恕我的罪过，允许我把话说完。有个客人在都城里唱歌，起初他唱《下里》《巴人》，都城里跟着他唱的有几千人；后来唱《阳阿》《薤露》，都城里跟着他唱的有几百人；等到唱《阳春》《白雪》的时候，都城里跟着他唱的不过几十人；最后引用商声，刻画羽声，夹杂运用流动的徵声时，都城里跟着他应和的不过几个人罢了。这样看来，歌曲越是高雅，和唱的人也就越少。当然宋玉与楚襄王的这番讨论的目的不是谈论歌曲本身，而是强调雅与俗的巨大差距，并为自己的才德不被世人承认而辩解。

“下里巴人”这个战国时代流传于巴、楚交汇之地的历史典故，尽管是周武王伐纣时巴人乐歌的历史延续与自然演进，但从其中不难看出音乐作品、音乐受众与音乐流行强度的关系，体现了所谓的“曲高和寡”。

二、音乐作品、音乐受众与音乐流行强度关系的分析

音乐是声音的艺术、是时间的艺术、是听觉的艺术、是情感的艺术，音乐是社会行为的一种交流形式。音乐作品蕴含了作者的生活体验、思想情怀，演奏者对作品的理解和再现作品的技巧和能力，传播的载体形式。音乐作品与人们的生活、审美、言语、行为、人际关系等有一定的关联，它是人们抒发感情、表现感情、寄托感情的艺术，不论是唱或奏或听，都与人们的情感有着千丝万缕联系。人们可以通过音乐交流情感、体验生活，以熏陶、感染为途径，潜移默化地影响人们的心灵，使人们的思想在美的享受中得到升华。在音乐的创作、演奏（唱）、传播、欣赏的全过程中，音乐作品、音乐受众、音乐传播显而易见成了音乐产业链中三个比较重要的关键要素。

无论是“下里巴人”，还是“阳春白雪”仅仅是形式不同的音乐作品。音乐作品是音乐产业链的生产成果、是产品、是核心，它是创作者对人类社会生活、文化、思想、情感的反映、艺术加工、抽象升华再现。好的音乐作品有的可以流芳百世而成为经典，有的会在当时家喻户晓、广为传唱、流行强度颇高。究其本质原因主要还在于音乐受众与音乐作品之间产生了共鸣，也在于音乐作品表达了音乐受众的思想、情感，抒发了音乐受众的感触、心声。音乐作品的音乐受众越广、越多，说明其流行强度越高，反之则越低。也就是说音乐作品决定音乐的流行强度，音乐作品本身质量高低、好坏起决定作用。当然，音乐流行强度也会对音乐创作者产生影响，在进入商品经济的今天就是市场对音乐产品的反映，进而影响音乐产品生产的收入，这种市场机制毫无疑问将影响传导到音乐作品的创作。

音乐受众，是音乐作品的欣赏者，也是音乐产品（作品）的消费者。音乐受众的偏好、需求决定音乐产品的生产，影响音乐创作者的音乐创作。音乐作品的音乐受众越广、越多，则音乐流行强度越高，反之则越低。当然，音乐受众的偏好、需求，是其所处的时代的社会生活背景、文化氛围所决定的，体现着不同的音乐受众的价值取向。

音乐传播，已从早期的口头传播、书刊、广播传播，过渡到电影、电视传播、互联网传播乃至手机传播。现代的各种传播媒介、手段，为音乐产品的流通和推广创造了良好、便捷的手段，为音乐产品（作品）市场提供了良好的条件。音乐流行强度在某种意义上来说就是音乐产品市场的一种反映，是音乐受众偏好、需求乃至其价值取向的一种体现。在商品经济时代的今天，音乐产品（作品）市场也应该受商品价值规律的支配，既音乐产品的消费者（音乐受众）的需求决定音乐产品的生产供给（音乐创作），这种供需关系决定音乐产品的价格。进一步来说，音乐作品（产品）的流行强度，决定于这种音乐产品的供需关系。供给大于需求则价格上升，流行强度增高；反之，供给低于需求则价格下降，流行强度降低。

三、认识与启示

音乐作品、音乐受众与音乐流行强度的关系，在商品经济的今天就如同商品（产品）、消费者、市场的关系，受价值规律支配，决定于市场供给与需求。音乐作品（产品）是核心、是关键，其质量会直接影响音乐产品的市场、流行强度。

音乐作品在社会生活中除了具有娱乐功能外，还具有教化功能。因此，除了考虑到音乐产品的市场因素外，还要考虑到其对音乐受众偏好、价值取向的影响。要让音乐作品起到娱乐生活、陶冶情操、激人奋进、和谐向上的作用，促进社会的和谐发展。

音乐产业的发展，除了需要党的正确方向的引领、政府及相关部门的大力支持，更需要全体音乐人的共同努力，以高的责任感、使命感和良好的业务素质，为社会、为人民创做出优美的音乐作品。